

Rachel Reckinger

L'embarras du choix

Réflexions sur la durabilité de la consommation ordinaire

L'actualité autour de la conférence Rio+20 nous fait entendre que l'humanité est devant les défis parmi les plus grands qu'elle ait eus à affronter : le changement climatique bouleversant l'accès aux ressources et la fin non seulement inéluctable, mais datable des réserves pétrolières. S'imposent donc des modifications radicales des comportements polluants, pour approcher ce qui devrait être une évidence, mais qui reste un idéal : la durabilité (*sustainability* ou *Nachhaltigkeit*). Il faut entendre par là l'exploitation de tout type de ressource de façon à ce que les générations futures ne soient pas déshéritées d'avance¹. Pour le présent, cette gestion responsable se fixe comme but de tendre vers un équilibre entre les coûts sociaux, économiques et écologiques de n'importe quelle activité humaine. En d'autres mots, éviter rien de moins que l'exploitation sociale avec ce qu'elle entraîne comme misère, le dérapage économique par des inégalités et des activités frauduleuses² ainsi que le pillage de la terre. L'entrelacement de ces trois dimensions est souvent oublié dans les débats ou les initiatives, qui se focalisent plutôt sur un de ces trois aspects au détriment des autres³.

Cette reconversion vers la durabilité devrait se faire à tous les niveaux, du plus global au plus individuel – Nations unies, conglomérats d'États, géants multinationaux, ONGs, États-Nations, lobbys d'in-

dustriels, autorités territoriales, associations citoyennes, ménages. La conférence Rio+20, ayant lieu une génération après le sommet de 1992, montre bien à quel

Il serait concevable d'imaginer un étiquetage avec trois barres, représentant chacune respectivement le pilier social, écologique et économique de la durabilité.

point les avancées concrètes – au-delà des déclarations d'intentions – font défaut, tant les intérêts sectoriels à chaque niveau macro d'organisation sociale (politique, industrie, finance, etc.) divergent. Certes, des négociations ont lieu, mais ces acteurs restent fondamentalement en conflit, chacun poursuivant ses intérêts propres.

Il en va un peu différemment au niveau microsociologique des individus, familles ou ménages. Loin des dynamiques du *big business*, on y trouve plus facilement, quoique ni automatiquement, ni dans tous les milieux sociaux, une sensibilité humaniste en faveur de valeurs de protection, de maintien, de respect, tant de la biodiversité que des richesses culturelles ou du traitement social équitable. Dans les pays riches, ces valeurs bienséantes, assez courantes dans leur généralité et dans leur immédiateté affective, sont cependant très

souvent couplées à des comportements, surtout de consommation, qui sont en décalage flagrant.

La marge de manœuvre des ménages

La « facture » de (non)-durabilité des comportements des ménages est estimée à 30-50 % des contributions d'ensemble⁴. Si les plus grands pollueurs restent les transports, la production industrielle et l'énergie (par ailleurs tous en lien direct avec les décisions d'achat des ménages), l'individu a également une marge de manœuvre non négligeable à sa disposition. À cet égard, il faut se garder des dérives individualistes qui trivialisent les décisions d'un mode de vie durable (p.ex. styliser en acte citoyen majeur le fait de ne pas laisser couler l'eau quand on se brosse les dents), au lieu d'en cerner les implications d'ensemble⁵. En effet, ce n'est pas si important que chaque pomme de terre mangée soit d'origine biologique ou que chaque pot de yaourt soit recyclé. Ce qui compte, ce sont les types d'agriculture et les types de production de denrées qui sont massivement soutenus, voire créés par les décisions d'achats

Rachel Reckinger est ethnologue et sociologue à l'Université du Luxembourg. Ses domaines de recherches incluent e. a. les cultures alimentaires, la consommation des identifications et socialisations plurielles, la réflexivité et culture du quotidien ainsi que la durabilité.



des ménages. C'est dans leur connexion à ces ordres sociaux plus grands que réside l'importance de la consommation éthique des individus. La deuxième raison pour laquelle les actes de consommation individuels sont bel et bien importants est qu'ils peuvent être engendrés par – et qu'ils contribuent, en boucle, à engendrer – une attitude citoyenne et responsable envers le monde extérieur, s'exerçant et s'ancrant au quotidien.

Ainsi, si une partie des individus ont une certaine conscience de ce qui serait un comportement éthique en matière de consommation, ils sont majoritairement peu affiliés aux groupes de pression, œuvrant à une réorientation des circuits de production voire à une vision alternative d'échanges – « économie solidaire » ou *green economy*⁶. Les réflexions éthiques des personnes ordinaires se concentrent en conséquence surtout sur leurs biens concrets, qu'ils soient achetés à l'échelle de plusieurs décennies (comme le type d'énergie utilisée au domicile) ou de plusieurs années (comme le choix d'un véhicule plus ou moins polluant) ou de plusieurs mois (comme les vêtements) ou de quelques jours seulement (comme la nourriture). Le sentiment subjectif qui prévaut est que c'est dans les actes d'achat réguliers, répétitifs que se réaffirme au jour le jour une volonté éthique de contribution à la durabilité. La maison, la voiture, les

trajets au travail et aux différents lieux de vie étant ressentis comme « immuables » ou du moins « donnés tels quels », la marge de manœuvre pour une contribution responsable se focalise souvent sur la nourriture.

Les labels sont-ils la solution ?

Or, il reste difficile d'évaluer pour les produits alimentaires, même grossièrement, le poids conjointement environnemental, social et économique des denrées. Les labels existants, et contrôlés par des instances neutres, donc censées être fiables, ont tendance à se focaliser uniquement sur un des ces trois aspects (p.ex. « label biologique » sur l'aspect environnemental, *fair trade* sur l'aspect social, « produit du terroir » sur la provenance régionale, etc.). Il serait concevable d'imaginer un étiquetage avec, par exemple, trois barres, représentant chacune respectivement le pilier social, écologique et économique de la durabilité. Pour chaque produit, un coloriage des trois barres conformément au pourcentage (estimé) de la catégorie ferait voir d'un coup d'oeil aux consommateurs qu'il est nécessaire de faire des arbitrages entre ces trois aspects, car rares sont les produits les satisfaisant à part égale. Par exemple, un litre de lait biologique de la Grande Région pourrait ainsi totaliser 100 % concernant l'aspect environnemental, 80 % concernant l'aspect social et

100 % concernant l'économie régionale, tandis qu'un jus d'oranges de l'agriculture conventionnelle, mais issue du commerce équitable, pourrait totaliser seulement 45 % concernant l'aspect environnemental, à cause du kilométrage parcouru et des techniques de culture, contre 100 % concernant l'aspect social. Une telle signalétique permettrait aux consommateurs de prendre conscience de leur position personnelle, favorisant tendanciellement tel ou tel critère de durabilité. Par contre, trouver une instance politique de contrôle qui vérifierait les denrées selon ces critères et, partant, les pratiques de l'industrie, de l'agriculture, de l'agrobusiness, des lobbys, etc. est autrement plus épineux.

N'empêche : même derrière les labels sérieux existant à l'heure actuelle – qui ne couvrent donc qu'une partie des éléments de durabilité (dont seule une minorité de consommateurs n'a de toute façon conscience) – se cachent des réalités plus complexes. Ainsi, acheter du quinoa, surtout s'il provient de l'agriculture biologique et du commerce équitable, encourage des petits producteurs locaux de Bolivie, du Pérou et de l'Équateur dans leurs efforts de cultures extensives. Pour les consommateurs européens, ces effets bénéfiques peuvent éventuellement compenser la pollution liée à l'acheminement. Par la demande accrue, le prix du quinoa a augmenté, ce qui permet aux producteurs

d'investir dans de meilleurs équipements, une meilleure éducation, etc. En revanche, la population locale des pays producteurs de quinoa a soudainement un accès limité à cette denrée, à cause de son prix élevé, alors qu'il s'agit bien, pour elle, d'un produit régional. Un autre exemple est celui des fruits et légumes récoltés en Union européenne (UE), ce qui peut être perçu comme un radius de provenance « raisonnable ». On part du principe que les denrées alimentaires de l'intérieur de l'UE ne sont pas entachées par de la main-d'œuvre enfantine par exemple, les distances sont acceptables et on soutient les économies nationales plutôt que de miser sur des importations mondialisées. Or, une partie de ces fruits et légumes sont récoltés par des migrants, illégaux ou semi-légaux, arrivés du continent africain en UE *via* l'île italienne de Lampedusa. Ils sont fragilisés par leur statut d'entre-deux, étant ni des légaux ayant la possibilité de s'insérer dans le marché du travail officiel, ni des réfugiés politiques bénéficiant des droits de la convention de Genève. Ils ne peuvent pas non plus retourner dans leurs pays, faute de papiers pour les moyens de transport officiels et faute d'existence de moyens de transport de fortune dans le sens du retour ; emprisonnés dans le présent du travail saisonnier, ils sont contraints de vivre dans de véritables bidonvilles en Calabre⁷.

Porter l'attention aux coûts plutôt qu'au prix

Pour qui veut s'y prêter, ces réflexions sommaires *complexifient* d'emblée la consommation – vécue, dans les pays riches, comme plaisante et indulgente. Pourtant, il s'agit d'un domaine qui, avec ses ramifications planétaires sur le plan économique, social et environnemental, n'a jamais mérité d'être *décomplexé*. Une façon, pour les ménages, de contribuer à en ajuster l'impact, à côté d'une consommation plus réfléchie, est bel et bien une consommation réduite : éviter la surconsommation, le gaspillage, les suremballages, etc. Le fait qu'à l'heure actuelle, une agglomération gigantesque de déchets plastiques flotte au Nord de l'océan Pacifique (*Great Pacific Garbage Patch*), montre que la question du packaging des biens de consommation – à laquelle très peu de personnes songent lorsqu'elles envisagent l'achat d'un produit – a, elle aussi, des répercussions lointaines.

La nécessité d'une responsabilisation et, concrètement, d'une prise de responsabilité de tous les niveaux d'acteurs (du plus mondialisé, industriel, politique et collectif au sujet individuel) est donc pressante. Il s'agit d'intégrer le fait que chaque acte de consommation a non seulement un

prix – et plus celui-ci est bon marché, plus il a tendance à légitimer une consommation excessive –, mais aussi un *coût* social, économique et environnemental, qui est *toujours* considérable. Pour mettre en pratique cette idée, le « pouvoir de consommation » des ménages, si souvent conjuré et disposant bel et bien d'un certain radius d'influence, ne suffit cependant pas, même s'il était « propre », éthique, mesuré et responsable. C'est le système de production-diffusion-consommation entier qui a besoin d'être réorienté. Bref, on revient vers la conclusion, si éloignée des promesses libératrices du marketing, qu'une régulation politique plus ferme et plus morale s'impose. C'est dans *l'interaction* entre ces régulations (*top-down*) et les pressions éthiques des individus (*bottom-up*) que réside une chance de durabilité. ♦



1 Volker Hauff, 1987 : *Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung*. Greven : Eggenkamp.

2 Cf. Charles Ferguson, 2010 : *Inside Job* (Prix Oscar 2011 du meilleur film documentaire).

3 Karl Michael Brunner, Sonja Geyer, Marie Jelenko, Walpurga Weiss, Florentina Astleithner (2007): *Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit*. Wien / New York : Springer.

4 Ortwin Renn, Jürgen Deuschle, Alexander Jäger, Wolfgang Weimer-Jehle, 2007 : *Leitbild Nachhaltigkeit. Eine normativ-funktionale Konzeption und ihre Umsetzung*. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften.

5 Kathrin Hartmann, 2009 : *Ende der Märchenstunde. Wie die Industrie die Lohas und Lifestyle-Ökos vereinnahmt*. München : Karl Blessing.

6 E.a. Muhamad Yunus, 2010 : *Building social business. The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. New York : PublicAffairs ; e.a. Elinor Ostrom, 1990 : *Governing the commons. The evolution of institutions for collective action*. Cambridge : Cambridge Univ. Press.

7 Gilles Reckinger, Diana Reiners, 2013 : « Der Preis der Orangen. Vom Flüchtling aus Afrika zum Sklaven in Europa ». In : Johanna Rolshoven, Manfred Omahna (dir.): *Verarbeitungsstrategien struktureller Veränderungen*. Marburg : Jonas Verlag. Sous presse.